



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN DE MODA**

**MARIUCHA NATALENSE DE SOUZA PARENTE**

**EDITORIAL DE MODA PARA A MARCA SANTALÊ**

**FORTALEZA**

**2016**

MARIUCHA NATALENSE DE SOUZA PARENTE

EDITORIAL DE MODA PARA A MARCA SANTALÊ

TCC apresentado ao Programa de Graduação em Design de Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientador: Prof. Ms. Gabriela Rebouças.

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- P252e Parente, Mariucha Natalense de Souza.  
Editorial de moda para a marca Santalê / Mariucha Natalense de Souza Parente. – 2016.  
46 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2016.  
Orientação: Profa. Ma. Gabriela Vieira Rebouças.
1. Produção de moda. 2. Produtor de moda. 3. Editorial de moda. I. Título.

CDD 391

---

MARIUCHA NATALENSE DE SOUZA PARENTE

EDITORIAL DE MODA PARA A MARCA SANTALÊ

TCC apresentado ao Programa de Graduação em Design de Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Ms. Gabriela Vieira Rebouças (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Cyntia Tavares Marques de Queiroz  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Esp. Joelma Damasceno de Matos  
Faculdade Católica do Ceará (MARISTA)

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>2</b>	<b>APRESENTAÇÃO DO CLIENTE E DA PROPOSTA DO TRABALHO</b> ..	07
<b>2.1</b>	<b>Breve Histórico: Santalê</b> .....	07
<b>2.2</b>	<b>Nome</b> .....	07
<b>2.3</b>	<b>Identidade Visual</b> .....	08
<b>2.4</b>	<b>A Loja</b> .....	10
<b>2.5</b>	<b>Público-Alvo</b> .....	11
<b>2.6</b>	<b>Produção de Moda</b> .....	11
<b>2.7</b>	<b>Conceito</b> .....	12
<b>2.8</b>	<b>Justificativa</b> .....	13
<b>2.9</b>	<b>Objetivos</b> .....	13
2.9.1	<i>Objetivo Geral</i> .....	13
2.9.2	<i>Objetivos Específicos</i> .....	13
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	14
<b>3.1</b>	<b>Briefing</b> .....	14
<b>3.2</b>	<b>Planejamento e Cronograma das Atividades</b> .....	16
<b>3.3</b>	<b>Processos de aquisição e Empréstimo de materiais</b> .....	17
<b>3.4</b>	<b>Orçamento do Projeto</b> .....	17
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	19
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	20

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho versa sobre a realização de um Projeto de Moda, que apresenta o desenvolvimento de uma Produção de Moda e é executada através de um Editorial de Moda.

Este Projeto de Moda trata da Produção de Moda realizada para a Santalê, uma empresa de vestuário feminino e executa um Editorial de Moda para apresentar a nova coleção desta empresa.

O editorial de moda é uma importante ferramenta de divulgação e seu formato permite criar livremente sua apresentação. Cabe ao profissional – o produtor de moda – conseguir transmitir a temática de acordo com o idealizado. Para isso, o produtor precisa manter-se atualizado sobre os acontecimentos em geral, buscar identificar as necessidades e os desejos do consumidor, além de pesquisar sobre tendências de moda e de mercado.

O mercado de moda continua se expandindo e as empresas precisam acompanhar este desenvolvimento para se manterem interessantes e sempre lembradas na mente do consumidor. É importante que a marca consiga passar sua imagem de forma atraente, de maneira que desperte o interesse do público.

Um editorial utiliza-se da junção conceito e imagem para divulgação de uma marca/produto, suas fotos devem ter a mesma linguagem, apresentar a mesma ideia e assim transmitir seu conceito. Através de um editorial podem ser apresentadas novas tendências, tornando-o assim um instrumento poderoso na divulgação de marcas.

Os conceitos apresentados acima reforçam a escolha do editorial de moda para o lançamento da nova coleção da empresa Santalê. A empresa busca além de divulgar seus produtos, conquistar novos consumidores.

## 2 APRESENTAÇÃO DO CLIENTE E DA PROPOSTA DO TRABALHO

### 2.1 Breve Histórico: Santalê

A Santalê foi fundada em novembro de 2012, dando início a realização do sonho de Renata e Germana Rocha, irmãs apaixonadas por moda, que há tempos tinham o desejo de ter sua própria marca.

A marca começou suas atividades com uma loja pequena no bairro da Messejana. Com vendas somente para o varejo e com produção de poucas peças por referência, no máximo cinco peças de cada. A fabricação era toda terceirizada: modelista, cortador e costureiras.

Após oito meses de funcionamento, as irmãs deram um grande passo, resolveram expandir para vendas no atacado, com o intuito de aumentar a lucratividade. Para isso, mudaram para uma loja localizada no bairro Vila União, no polo do atacado. Com a mudança veio a responsabilidade de produzir em maior escala, passaram de cinco para trinta peças por referência. Além disso, parte da fabricação também modificou: o corte e modelagem começaram a ser realizados na própria fábrica da Santalê, mas a costura continuou sendo feita em fábricas.

A empresa conquistou muitos clientes e as vendas aumentaram. Após dois anos com as vendas no atacado, a empresa voltou a trabalhar somente com vendas no varejo e a produzir totalmente com mão de obra terceirizada. Também mudou novamente de endereço, a loja atualmente está situada no bairro de Fátima, é o *showroom* da Santalê.

### 2.2 O Nome

O propósito foi escolher um nome bonito e marcante, que tivesse boa sonoridade e que sua pronúncia lembrasse uma palavra francesa, como referência ao clássico e ao chique. As irmãs então buscaram inspiração pesquisando nomes na internet e após testes com diversas palavras, o nome Santalê foi escolhido. Para garantir a exclusividade foi feita a pesquisa no INPI para verificar se havia alguma marca registrada com o mesmo nome.

Figura 1. Nome da Empresa



Fonte: Facebook da loja Santalê

### 2.3 Identidade Visual

A identidade visual de uma empresa é composta por elementos que a representam visualmente. São símbolos, cores e formatos que identificam uma marca e podem torná-la memorável para o público. Fazem parte da identidade visual: logo, fonte tipográfica, etc.

A logo da Santalê é composta por uma sigla e um nome. Para a sigla foram escolhidas três letras, S, T e L, a primeira letra de cada sílaba do nome da marca, todas em caixa alta.

A logo é disposta da seguinte forma: o STL encontra-se na parte central superior da imagem e na parte central inferior o nome Santalê. Esta disposição deixou a logo harmônica e elegante.

As letras STL se encaixam e as letras da palavra Santalê estão interligadas. A junção foi pensada para dar um ar moderno.

As cores base da logo são o preto e o branco. A escolha se deu por serem cores básicas, clássicas e atemporais. A terceira cor vai de acordo com as tendências, a cor escolhida para esta temporada é o azul tiffany.

Figura 3. Variações da Logo



Fonte: Facebook

Faz parte da identidade visual o padrão no material institucional. O cartão, a etiqueta, o adesivo, a embalagem, e outros elementos devem transmitir o mesmo conceito.

Figura 4. Sacola e adesivo da loja

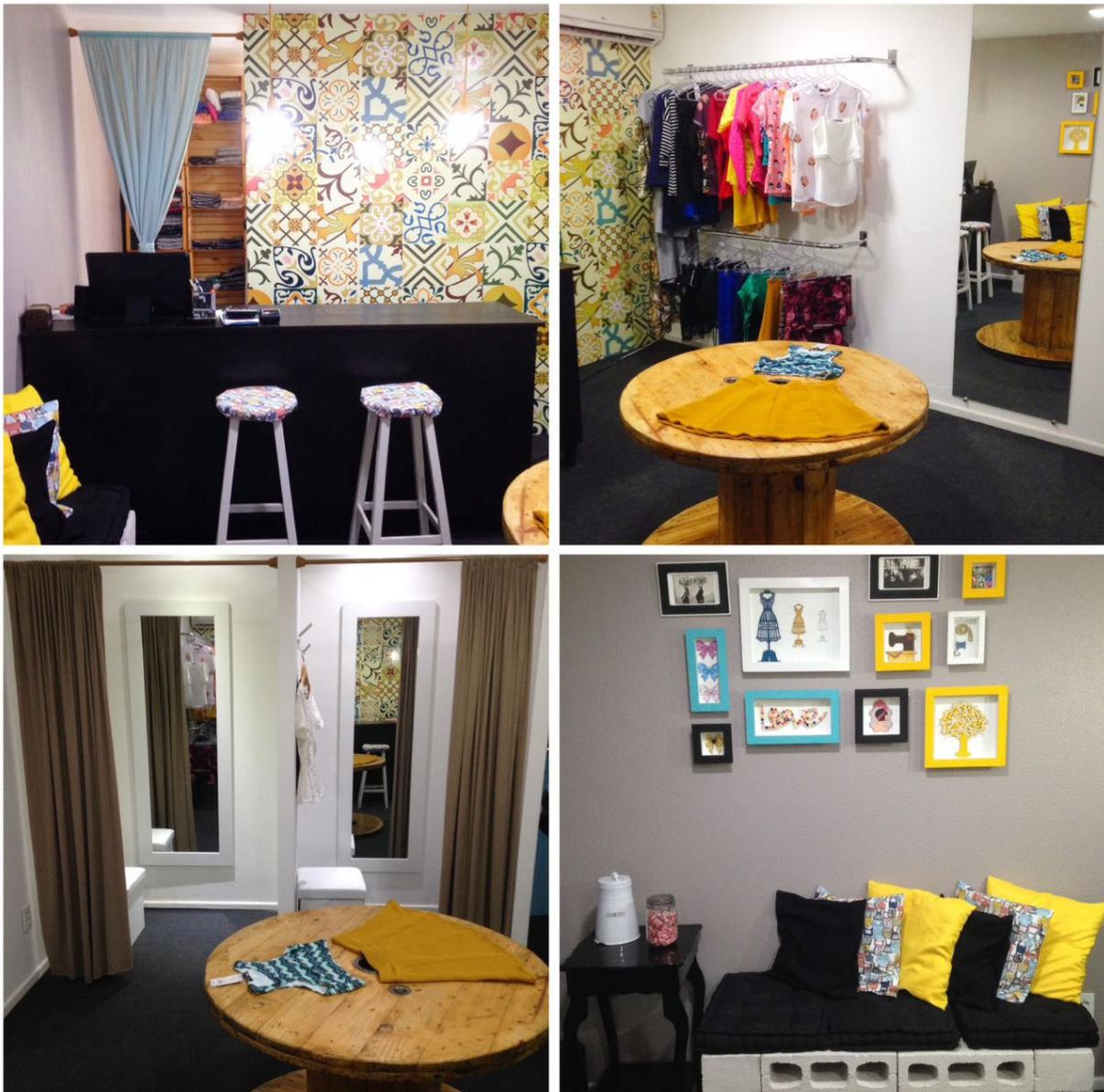


Fonte: Instagram da Loja Santalê

## 2.4 A Loja

A Santalê localiza-se na Avenida Felino Barroso, 92, Sala C3, no Bairro de Fátima. A loja possui 14m<sup>2</sup> e conta com uma decoração *clean* e aconchegante. Alguns detalhes da decoração foram feitos pelas próprias donas. Além disso, dispõe de um atendimento diferenciado, com atenção especial a cada cliente. Para isso, o atendimento é realizado com hora marcada para garantir sua excelência.

Figura 5. A Loja



Fonte: Cedido pela dona da loja

## 2.5 Público-Alvo

A marca produz peças do vestuário feminino, seu público-alvo é de mulheres entre 24 a 35 anos. O perfil destas é, na maioria, de mulheres que já são mães ou casadas, que trabalham, possuem nível médio ou superior (cursando) e são de classe média, que gostam de se vestir com elegância sem deixar de lado a modernidade, que buscam peças condizentes ao ambiente de trabalho e também possam ser usadas em um momento de lazer. O intuito da Santalê é passar a ideia de uma mulher que se veste bem, com elegância, sofisticação, praticidade e modernidade.

## 2.6 Produção de Moda

As primeiras produções foram realizadas apenas pelas donas da marca. Não era desempenhada por empresa ou profissional do ramo. As proprietárias pensavam no conceito e executavam, dividindo-se nas funções e de maneira simplificada. Por exemplo, uma era a fotógrafa e a outra a modelo.

Nas produções seguintes buscaram por melhorias para realização da parte técnica, com o auxílio de amigos profissionais para a execução de alguns serviços, como fotografia, edição e modelo, além da busca por locações que tivessem conexão com o conceito proposto.

A seguir estão algumas imagens de produções anteriores:

Figura 6. Produção de Moda Santalê – Ano: 2012



Fonte: Facebook

Figura 7. Produção de Moda Santalê – Ano: 2015



Fonte: Facebook

## 2.7 Conceito

Para o alto verão 2017, a Santalê apresenta a Coleção *Memory*, que vem para complementar a celebração de uma feliz data: os quatro anos da marca, e por isso inspira-se no sentimento de ser memorável.

De acordo com a definição da palavra<sup>1</sup>, ser memorável é ser: “Inesquecível; que merece ser conservado na memória; digno de ser lembrado; que vale a pena relembrar: atitude memorável. Notável; que possui destaque, relevância: presidente memorável.”

A temática deste editorial contempla a beleza e o charme dos carros antigos. O foco, porém, não está no objeto em si, mas no que a sua imagem representa. Um carro antigo traz como bagagem histórica a lembrança do clássico, da elegância, do glamour. Tendo por contexto que estes carros são peças de museu, objetos raros, memoráveis.

A inspiração para este editorial remete também a relação da mulher e do automóvel na publicidade. Anteriormente esta relação foi bastante retratada, contudo o destaque era o automóvel. A mulher emprestava seu charme para agregar valor ao objeto. Desta vez invertem-se os papéis, o carro serve de cenário para exaltar a beleza da mulher e do que ela apresenta.

A locação escolhida foi um museu de carros antigos, baseando-se no conceito de que estes são objetos de beleza admirável. O Museu Galpão 51 fica no município de Aquiraz, na Rua Padre Nascimento, 233 e sua história tem relação com a temática desta produção:

<sup>1</sup> Pesquisa em Dicionário Online. SITE: <https://www.dicio.com.br/memoravel>.

Galpão 51 é uma entidade sem fins lucrativos, que através do tema carro antigo, pretende elaborar, implantar e apoiar projetos sociais, culturais e ambientais, com objetivo de levar cultura e educação aos cidadãos, junto aos parceiros. A história do automóvel está intimamente ligada à evolução da humanidade, o automóvel é considerado por muitos como um objeto de arte móvel, mas o que nos interessa destacar, e valorizar o automóvel antigo em particular, pois ele nos remete a nossa memória, objetivo de família, infância e momentos passados; e tem contribuído para o resgate da história, e restauração do cenário e costumes da sociedade brasileira.

O carro antigo é um tema lúdico de interesse, curiosidade e atração para todos os cidadãos sem distinção de cor, raça, idade, sexo ou credo; e contribui de forma importante para a divulgação e concretização dos nossos objetivos. Inserido neste contexto o Galpão 51 apoia o antigomobilismo, que é um termo atual que define a atividade cultural de preservação do patrimônio histórico automotivo, vem crescendo potencialmente nos últimos anos, e deve continuar assim por muito tempo.

Surgiu de uma ideia antiga de alguém que desde criança é apaixonado por carros, um sonho que após décadas se torna realidade. Comecei a juntar carros em minha casa e quando me dei conta, tinha história suficiente para fundar o GALPÃO 51.

Os visitantes farão uma viagem no tempo, visualizando as evoluções estéticas e mecânicas que ocorreram durante o último século, apreciando as raridades que vão de carros antigos, até motocicletas, lambretas, vespas, triciclos, bicicletas e mini jeeps, terão a oportunidade de apreciar diversos objetos antigos como, rádios, vitrolas, máquinas de escrever, relógios, revistas e antiguidades em geral.<sup>2</sup>

## 2.8 Justificativa

Este Trabalho de Conclusão de Curso visa apresentar a execução de uma produção de moda para uma empresa de vestuário feminino, a Santalê. O intuito desta produção é dar visibilidade a uma empresa que busca posicionamento de mercado e que quer apresentar seus produtos, o estilo da marca e conquistar consumidores. A escolha foi por um modo de divulgação mais artístico. Para a realização deste trabalho foi escolhido o editorial de moda, por este formato de apresentação possibilitar desenvolver a ideia mais livremente.

## 2.9 Objetivos

### 2.9.1 Objetivo Geral

- Executar uma produção de moda, através de um editorial de moda;

### 2.9.2 Objetivos Específicos

- Apresentar as etapas necessárias para a realização deste serviço;
- Demonstrar a importância do papel do produtor de moda para a eficácia do projeto e divulgação, reconhecimento, posicionamento da marca.

<sup>2</sup> GRUPO HERIALDO PELÚCIO, online. SITE: <http://www.galpao51.com.br/museu.php>.

### 3 METODOLOGIA

De acordo com Coelho (2006), a utilização de métodos é essencial para o processo de design ou qualquer outro processo de criação, pois eles regulam e controlam as etapas a serem realizadas, com o intuito de evitar erros.

A metodologia utilizada neste trabalho é o modelo de convergência metodológica (CORRÊA et al., 2014), que segue um fluxo de ações linear e contempla as fases de: identificação e análise do problema, pesquisa, criação, especificação técnica, modelagem e avaliação, implementação e feedback. Para este projeto, esta metodologia foi adaptada para suprir as suas necessidades. Adotando a ordem apresentada a seguir:

Tabela 1. Metodologia

Identificação e análise do problema (briefing)
Fase de pesquisa
Fase criativa ou de elaboração
Fase de especificação técnica
Fase de implementação

Fonte: Modelo de CORRÊA et al. (2014), tabela com adaptações feitas pela autora.

#### 3.1 Briefing

Tabela 2. Briefing da produção de moda para a marca Santalê

<b>TÓPICOS BÁSICOS</b>	<b>CONTEÚDO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Natureza do Projeto e Contexto	Justificativa	Empresa jovem buscando posicionamento de mercado, apresentando seus produtos e o estilo da marca através de um editorial de moda.
	Objetivo do Projeto	Dar maior visibilidade à marca Santalê no mercado de vestuário feminino.
	Resultados Desejáveis	Ampliar o alcance da marca e assim conquistar novos consumidores.
	Responsabilidades pelo	Divulgar a marca para o mercado de moda de maneira

	Projeto	artística, captar conceito, comportamento e atitude e transmitir através dos looks, das imagens, da locação, da produção em si.
Análise Setorial	Marca	Santalê
	Produto (Lista de Produtos)	Vestuário Feminino (Blusas, Saias, Shorts, Calças, Vestidos, Macacões)
	Preço	49,90 a 119,90
	Promoção	Facebook, Instagram, Panfletos
	Praça	Loja Física ( <i>showrrom</i> )
	Estudo das Tendências	Babados, Dark Floral, Comprimento Midi, Peplum, Cores Marcantes, Texturas
	Concorrentes	Leribii, La' Closet
	Tecnologia	Câmera fotográfica, programa de edição de fotos
	Estratégia da Empresa	Lançamento de mini coleções por mês, apresentando um produto ou look novo semanalmente, podendo assim proporcionar novidades e oferecer exclusividade. A marca dispõe de atendimento de excelência ao seu cliente.
Público Alvo	Sexo	Feminino
	Faixa etária	24 a 35 anos
	Nível de renda	B e C
	Hábitos de Consumo	Mulheres interessadas em tendências de moda, conectadas às mídias sociais, que buscam consumir produtos de moda que

		ofereçam certa exclusividade e preferem lojas que ofereçam um atendimento diferenciado ao cliente.
Portfólio da Empresa	Imagem Corporativa	Passar a ideia de uma mulher que se veste bem, aliando praticidade e modernidade.
	Segmentação do Mercado	Mulheres entre 24 e 35 anos que buscam peças de vestimentas versáteis, que sejam adequadas para diferentes ocasiões.
Objetivos do Negócio e Estratégias do Design	Principais resultados visados pelo Projeto; Atividades de design, correspondentes aos resultados visados	Fortalecimento e crescimento da marca, além de reconhecimento no mercado local e nacional. Produção de Moda, Editorial, Pesquisa.
Informações de Pesquisa	Tendências dos negócios; Avanços Tecnológicos; Lançamentos de Novos Produtos	Serão realizadas pesquisas sobre referências, tendências, mercado, concorrência e consumo (clientes).

Fonte: Briefing de Phillips (2007), tabela com adaptações feitas pela autora.

### 3.2 Planejamento e Cronograma das Atividades

Tabela 3. Cronograma das atividades realizadas na Produção do Editorial

<b>ATIVIDADES</b>	<b>DATAS</b>
Primeiro Contato	02/10
Reunião na Empresa	22/10
Definição Tema	05/11
Ver Looks	11/11
Escolha: Modelo, Fotógrafo, Make/Hair	11/11
Visita a Locação / Teste de Fotos	15/11
Ensaio Fotográfico / Produção	20/11
Escolha das fotos para Edição	08/01
Edição	20/01
Entrega	01/02

Fonte: Produzida pela autora.

### 3.3 Processos de aquisição e Empréstimo de materiais

Os materiais utilizados na produção são produtos da empresa, todas as peças utilizadas estão à venda na loja, inclusive os acessórios (brincos, colares e pulseiras), apenas os sapatos são de acervo pessoal de uma das proprietárias. Os carros utilizados são de acervo do museu, foram cedidos para uso nas fotos.

Tabela 4. Materiais utilizados na Produção e sua forma de aquisição

<b>MATERIAIS</b>	<b>AQUISIÇÃO</b>
Looks	Produtos à venda na loja
Colares	Produtos à venda na loja
Brincos	Produtos à venda na loja
Pulseira	Produtos à venda na loja
Calçados	Acervo Pessoal - Proprietária
Carros	Acervo do Museu Galpão 51

Fonte: Produzido pela autora.

### 3.4 Orçamento do Projeto

A execução deste trabalho contou com a parceria de amigos profissionais que também buscam por divulgação do seu trabalho. Nas tabelas abaixo são apresentados os valores reais e de mercado para este projeto. Observando que os valores foram calculados baseando-se na sessão fotográfica, que foi realizada em dois dias.

Tabela 5. Orçamento real desta produção

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>PREÇO</b>
Modelo	Proprietária da loja, sem custos
Produtor	Autora do Projeto, sem custos
Stylist	Proprietária da loja, sem custos
Fotógrafo	R\$ 100,00
Edição / Tratamento	Autora do Projeto, sem custos
Make/Hair	R\$ 100,00
Transporte	R\$ 100,00

Alimentação	Fornecido pelo proprietário do museu
<b>TOTAL</b>	R\$ 300,00

Fonte: Produzido pela autora.

Tabela 6. Orçamento desta Produção com o valor do Mercado (\*)

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>PREÇO</b>
Modelo	R\$ 500,00
Produtor	R\$ 1.000,00
Stylist	R\$ 500,00
Assistente de Estilo	R\$ 200,00
Fotógrafo / Edição / Tratamento	R\$ 2.000,00
Make/Hair	R\$ 400,00
Transporte	R\$ 100,00
Alimentação (almoço, lanche)	R\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	R\$ 4.850,00

Fonte: Produzido pela autora, valores fornecidos por profissionais do ramo.

(\*) Dois dias de sessão fotográfica

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este projeto abordou a realização de uma produção de moda, por meio de um editorial de moda. Através deste projeto foi possível conhecer as etapas da execução de uma produção, bem como poder observar o trabalho do produtor e perceber a importância do seu papel para um resultado satisfatório.

A produção de moda é uma ferramenta essencial para empresas que buscam projeção de sua imagem. O produtor de moda é o profissional que possibilita o desenvolvimento de uma produção, viabilizando a estrutura necessária para sua realização. Daí a sua relevância para quem busca divulgação de uma marca ou produto.

Este trabalho se propôs a realizar uma produção de moda para a Loja Santalê, empresa do ramo de vestuário feminino, com o intuito de lançar sua nova coleção através de um editorial de moda. A empresa busca apresentar seus produtos e conquistar novos clientes.

Após a conclusão do projeto foi possível perceber que o trabalho realizado foi de acordo com o proposto. Foi planejado e executado dentro do contexto solicitado pela empresa, concordando com seu público e o intuito desejado.

## REFERÊNCIAS

COELHO, Luiz Antônio L. **Design método**. Teresópolis: Novas Ideias, 2006.

CORRÊA, Bruno de S. et al. **Metodologia de Projetos, Design Thinking e Metodologia Ergonômica: convergência metodológica no desenvolvimento de soluções em design**. In: Cadernos UniFOA: edição especial do Curso de Design / Centro Universitário de Volta Redonda. Volta Redonda: Editora FOA, 2014.

DICIO, Dicionário Online de Português. **Memorável**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/memoravel/> - Acesso em 07/01/2017, às 11:31.

GRUPO Heraldo Pelúcio. **Museu**. Disponível em: <http://www.galpao51.com.br/museu.php> - Acesso em: 29/01/2017, às 15:37.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. - São Paulo: Editora Blucher, 2007.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

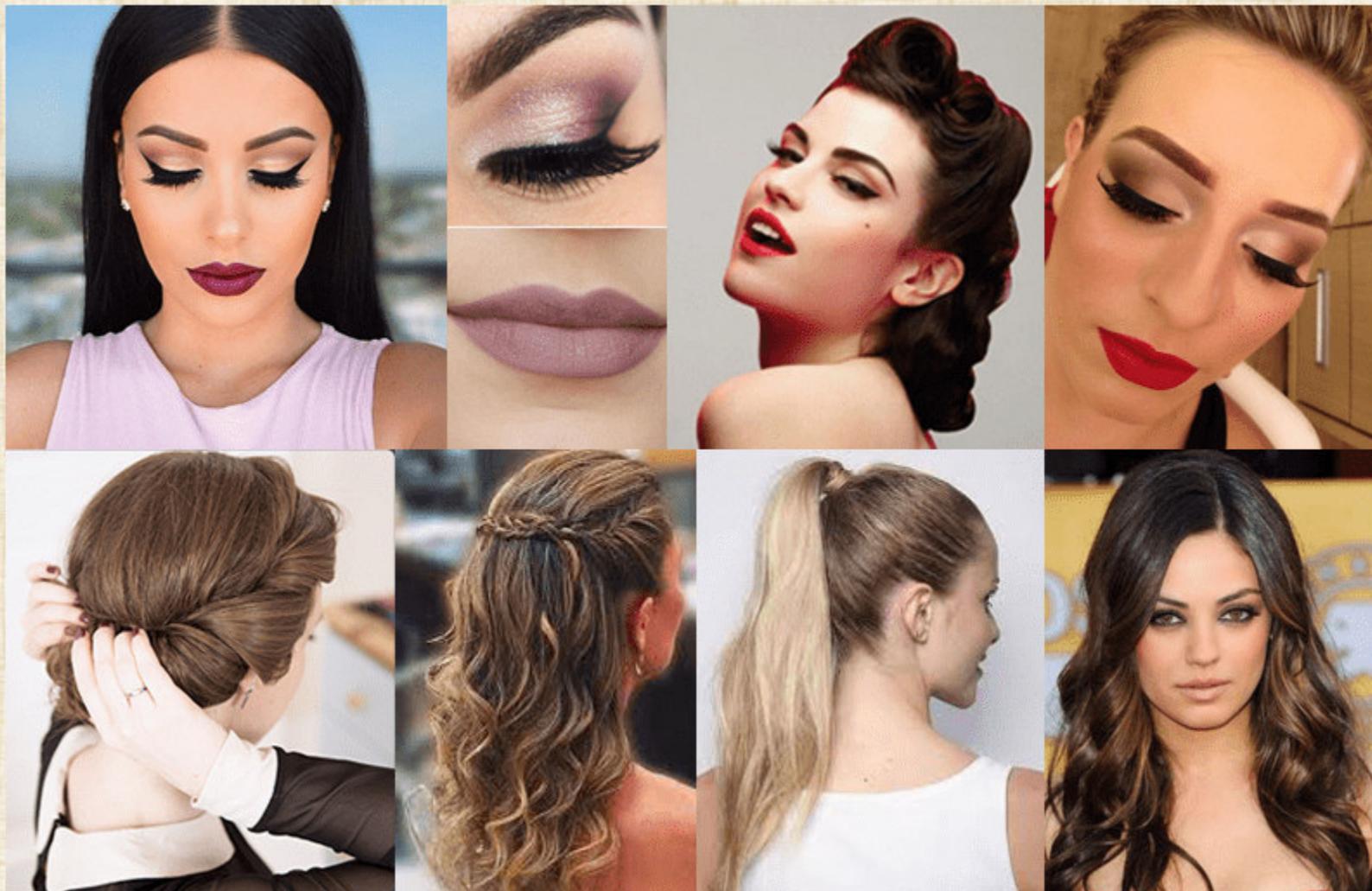
MARIUCHA NATALENSE DE SOUZA PARENTE  
ORIENTADORA: PROF. GABRIELA REBOUÇAS

PRODUÇÃO DE MODA / EDITORIAL DE MODA  
SANTALÊ / COLEÇÃO MEMORY / ALTO VERÃO 2017

# Painel Conceita



# Painel Make/ Hair



# Paired Attitude



# Registra das Processos



# Registra das Processos



# Registra das Processos



# Recursos Humanos

RECURSOS HUMANOS	
Produção	Mariucha Natalense
Fotografia	Paola Natalense
Make e Hair	Geovanna Chacon
Modelo	Renata Rocha
Stylist	Germana Rocha

# Recursos Materiais

RECURSOS MATERIAIS
Carro para transporte
Cachê
Mala para transporte
Roupas
Calçados
Acessórios

# Storyboard

STORYBOARD	
LOOKS	DESCRIÇÃO
CAPA	Dentro do galpão. Modelo (vestido nude) caminhando no corredor criado entre as fileiras de carros.
LOOK 01	Traseira do jeep preto. Modelo (vestido cinza) encostada na traseira do carro, apoiando cotovelos, pernas levemente cruzadas.
LOOK 02	Frente do carro preto. Modelo (macaquinho branco) de lado, corpo levemente jogado para trás, cotovelo apoiado no capô frontal, uma mão na cintura.
LOOK 03	Lateral do carro branco com preto. Modelo (vestido preto) sentada de lado, quase saindo do carro, porta aberta, mão apoiando a porta.
LOOK 04	Traseira do carro vinho. Modelo (conjunto de short e blusa preta) sentada na parte inferior da tampa traseira do carro, um braço para cima segurando a parte superior da tampa traseira.
LOOK 05	Carcças de carro vermelho, amarelo e verde. Modelo (vestido longo azul e branco) de frente aos carros, quadril levemente jogado para o lado, mão encostada no antebraço, o outro braço estendido para baixo.
LOOK 06	Lateral do jeep verde. Modelo (minissaia floral e blusa verde) em cima do apoio da porta, corpo levemente jogado para o lado, mão segurando no apoio do teto.

# Storyboard

STORYBOARD	
LOOKS	DESCRIÇÃO
LOOK 07	Lateral da kombi azul e branca. Modelo (short saia dark floral e blusa listrada com flores) em pé e de lado, entre o carro e a porta, mão segurando a porta.
LOOK 08	Frente do carro branco e preto. Modelo (vestido nude) sentada na proteção do pneu, braços para trás e apoiados no carro, pernas levemente cruzadas.
LOOK 09	Lateral do carro amarelo e preto. Modelo (saia lápis e peplum preta) de lado, uma perna flexionada e encostada no degrau, como se fosse subir, porta aberta, mão segurando a maçaneta interna.
LOOK 10	Lateral do fusca vermelho. Modelo (saia listrada e blusa branca) de lado, levemente encostada na lateral do carro, braço flexionado, mão encostada no queixo.
LOOK 11	Lateral do Jeep branco. Modelo (vestido listrado) de frente, quadril levemente jogado para o lado, uma mão na cintura, a outra mão segurando o cabelo.
LOOK 12	Lambreta vermelha. Modelo (calça jeans e blusa vermelha) de frente, quadril levemente jogado para o lado, uma perna levemente flexionada, uma mão na cintura, a outra mão segurando a lambreta.

# Storyboard

STORYBOARD	
LOOKS	DESCRIÇÃO
LOOK 13	Ambulância. Modelo (vestido vermelho) posicionada ao lado do carro, corpo levemente jogado para trás, uma mão no farol, a outra mão no cabelo.
LOOK 14	Frente do jeep amarelo. Modelo (Macacão dark floral) posicionada em frente ao carro, quadril levemente para o lado, cotovelos apoiados no capô.
LOOK 15	Traseira do jeep amarelo. Modelo (saia midi dark floral e blusa preta) de lado, quase girando, para dar movimento à saia.
LOOK 16	Frente do jeep preto. Modelo (macaquinho preto) em pé, quadril levemente jogado para o lado, uma mão na cintura, um braço estendido para baixo.
LOOK 17	Frente do jeep caramelo. Modelo (short mostarda e blusa cigana) de lado, corpo levemente jogado para trás, um braço para trás, mão apoiada no carro, o outro braço para frente, mão quase fechada próximo ao rosto.
LOOK 18	Lambreta vermelha. Modelo (short jeans e body branco) sentada, uma perna flexionada em cima da lambreta, a outra perna estendida e apoiada no chão, mãos segurando a lambreta.
LOOK 19	Frente do Jeep vinho. Modelo (saia midi floral e blusa vinho)
LOOK 20	Traseira do Jeep verde. Modelo (blusa da campanha e calça jeans detonada) em pé dentro da parte de trás do jeep, braços abertos, mãos apoiadas no ferro, quadril jogado para o lado.

# Localização *Museu Galpão 51 - Aguirazulce*



A decorative black border with a repeating floral and scrollwork pattern surrounds the central text.

ST  
SANTALÊ



*Coleção Memory*  
SANTALÉ / ALTO VERÃO 2017















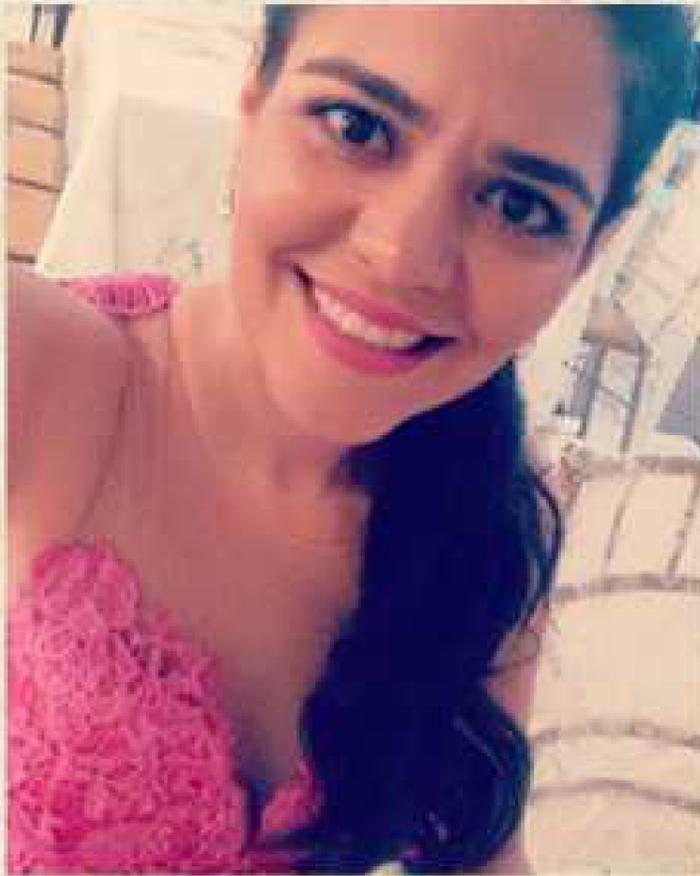








# Mariucha Natalense



Graduanda em Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Atuou como Assistente de Estilo na empresa R. do Sol, onde auxiliou no desenvolvimento de peças, acompanhamento de pedidos e contato com fornecedores. Possui cursos técnicos na área de modelagem (plana, lingerie e moda praia).

## Contato

(85) 987342551 | @uchanatalense | /mariuchanatalense  
mari.natalense@gmail.com